



Tobias Ain ist Autor, Redner und Verkaufstrainer. Als Verkaufsexperte war er bereits mehrfach in Fernsehsendungen zu sehen – unter anderem bei RTL, Pro7 und WDR. Mit Anfang 20 war er der jüngste Verkaufsleiter eines mittelständischen Unternehmens. Seine bisherigen Positionen als Vertriebsleiter, Geschäftsführer und die verschiedenen Trainerausbildungen machen ihn zum Praxisprofi. www.verkaufspasstrainer.de

„Verkaufen macht Spaß!“



Das Hörbuch: „Verkaufen macht Spaß 1 - Impulse für Vertriebler“ (Vaues Verlag ISBN: 978-3945492000)

Tobias Ain

Gib Gas – Verkauf mit Spaß

Wisch (em/Im) „Was ist das Wichtigste im Verkauf?“ – eine Frage, die mir als Verkaufstrainer mit gewisser Regelmäßigkeit gestellt wird. Was dann erwartet wird, ist das universelle Geheimnis des erfolgreichen Verkaufs. Ich muss dann immer schmunzelnd eine Gegenfrage stellen: „Was ist das Wichtigste Teil an einem Auto?“ Damit wird klar, es gibt nicht die eine Sache, das eine Geheimnis, dass erfolgreiche Verkäufer ausmacht. Es sind viele, viele kleine und große Dinge die einen Verkäufer zu einem Topverkäufer machen.

Neben den vielen fachlichen und kommunikativen Fähigkeiten ist es vor allem die richtige Einstellung, die ihn ausmacht.

Keine Ausreden!

Die meisten Verkäufer drehen regelmäßig „am Rad“. Wenn ich übrigens sage „die meisten Verkäufer“ meine ich alle Verkäufer. Ja wir alle drehen sozusagen am Glücksrad. Stellen Sie sich ein Glücksrad vor, das in jedem einzelnen Feld eine Ausrede enthält. Sie drehen einmal kräftig und da wo der Zeiger stehen bleibt, das nehmen wir heute mal als Ausrede, warum es gerade nicht so gut klappt mit dem Verkaufen. Vielleicht ist es ja das Wetter. Ein Außendienstler könnte sich ja auf dem Weg zum Auto eine Lungenentzündung holen. Oder wir nehmen das Produkt. Wenn ich doch nur ein Produkt hätte, das sich von selbst verkauft. Ich denke es ist kein Geheimnis, wenn ich Ihnen sage, es gibt kein Produkt das sich wie „geschnittenes Brot“ von allein verkauft. Fragen Sie mal einen Bäcker, selbst geschnittenes Brot verkauft sich nicht von allein, jemand muss es anbieten. Schuld sind vielleicht auch die Firma, die Kollegen oder gar der Kunde. Verkaufen wäre ja so schön, wenn der Kunde nicht wäre. Und da gibt es noch eine ganz Menge mehr Gründe, notfalls nehmen wir die Jahreszeit oder die Schwiegermutter.

Sobald wir selbst die Verantwortung für unser Handeln übernehmen geht es voran. Dann läuft es viel besser und wir werden zu Topverkäufern. Läuft unser Auto nicht, weil sich der Motor festgefahren hat, können wir uns natürlich darüber aufregen. Wenn wir jedoch die rote Lampe für fehlendes Öl immer wieder ignoriert haben, ist es wohl äußerst unvernünftig, die Schuld nicht bei uns selbst zu suchen.

Theorie und Praxis

Es nützt mir übrigens als Verkäufer reichlich wenig, wenn ich viel weiß oder viele Techniken kenne. Der Unterschied zwischen einem mittelständigen und einem guten Verkäufer ist in etwa derselbe Unterschied wie zwischen Theorie und Praxis. Sind wir doch mal ganz ehrlich: Wie Verkaufen geht, weiß doch jeder Verkäufer, zumindest theoretisch. Wie agiere ich zum Beispiel beim Thema Preise, was kann ich an Zusatzverkäufen generieren oder wie baue ich eine Kundenbeziehung auf. Alles keine großartigen Geheimnisse in der Verkäuferwelt. Und doch haben viele Verkäufer Schwierigkeiten mit der Umsetzung ihres theoretischen Wissens.

Erstaunlich ist übrigens auch, dass wir das beste Verkaufsgespräch mit uns selbst führen, nämlich direkt nach dem Verkaufsgespräch mit dem Kunden. So nach dem Motto: „Hätte ich doch nur ...“.

Theoretisch wird man vom Küssen nicht schwanger und theoretisch gibt es auch bei der Bahn einen Fahrplan. Der Unterschied zwischen Theorie und Praxis ist das Wörtchen TUN. Gute Vorsätze helfen hier gar nicht. Es gibt hauptsächlich zwei Dinge die uns abhalten eine Sache wirklich durchzuziehen: 1. Fehlende Strategie und 2. Fehlender Mut.

Mehr Mut = Bessere Verkäufer

Ich behaupte mal, das größte Hindernis für den Verkaufserfolg ist Angst. Wenn ich denn theoretisch genau weiß wie es geht und was ich tun muss, um ein erfolgreicher Verkäufer zu sein, was hält mich zurück? Es ist die Angst und um genauer zu sein, häufig die Angst vorm Versagen. Die meisten Menschen und wenn ich sage die meisten Menschen ... genau, dann meine ich alle Menschen, trauen sich erst dann eine Sache zu tun, wenn sie davon überzeugt sind es auch zu können.

Würden Sie sich in die Oper stellen und eine Arie singen, einfach so? Schon allein der Gedanke mag Ihnen Schweißperlen ins Gesicht treiben. „Das kann ich doch gar nicht“, sagen Sie zu Ihrer Verteidigung. „Ich mach mich doch nicht zum Affen“, werden Sie denken. Und jetzt kommt der springende Punkt: Warum denn nicht? Warum sollen Sie denn nicht auch mal scheitern dürfen? Wer Mut hat ist bereit zu scheitern. Nach dem Motto: Ich mach's trotzdem, egal was passiert. Wie haben Sie Schwimmen gelernt? Durch Schwimmen. Sie haben wahrscheinlich kein Buch darüber gelesen oder Schwimmen studiert. Sie haben es einfach gemacht. Bitte glauben Sie mir, genauso ist es im Verkauf. Verkaufen lernt man nur durch Verkaufen. Gehen Sie also raus, rufen Sie Ihre Kunden an, machen Sie was, egal was passiert. Und wenn es mal nicht gleich funktioniert, und das wird es mit Sicherheit öfter, nehmen Sie es gelassen und mit Humor. Wer zu ernst und zu verbissen an die Sache rangeht neigt wahrscheinlich zum Perfektionismus und der ist im Verkauf fehl am Platz. Es gibt nämlich nicht das perfekte Verkaufsgespräch.

Verkaufen ist Emotion

Hirnwissenschaftler bestätigen: Verkaufen ist emotional. Oft ist die Entscheidung in unserem Hirn bereits getroffen, und zwar emotional, während wir sie noch rational zu begründen suchen. Nun mögen einige einwenden, dass dies im B2C-Bereich zutrifft aber nicht im reinen Business-Bereich. Oh doch! Deutlich wird dies, wenn sich zum Beispiel ein Einkäufer gegen einen bestimmten Lieferanten entscheidet, obwohl das Angebot gleich oder ähnlich ist. Bei zwei gleichwertigen Angeboten entscheidet meist das „bessere Gefühl“.

Wie kann ich als Verkäufer dieses Gefühl befeuern? Zwei Dinge sind entscheidend: 1. Die eigene Begeisterung und 2. Die emotionale Ansprache des Kunden.